

L'ÉTAT MOBILISÉ POUR RÉUSSIR L'EURO 2016



Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

MINISTÈRE
DE LA VILLE,
DE LA JEUNESSE
ET DES SPORTS

L'accueil de grands événements sportifs internationaux constitue une priorité pour le Gouvernement pour 3 raisons :

- ils sont la vitrine de notre savoir-faire ;
- ils constituent des leviers majeurs pour la cohésion sociale des français ;
- ils permettent de renforcer l'attractivité et l'emploi dans les territoires.

Ce volontarisme politique connaît des résultats tangibles. Nous accueillerons près d'une trentaine de compétitions majeures entre 2015 et 2018. Pas moins de 5 championnats du monde dès cette année. Et des compétitions très importantes, l'EuroBasket 2015, l'EURO 2016 de football, la Ryder Cup de golf en 2018...

L'EURO 2016 de football constitue à ce titre un enjeu majeur. Il est essentiel de s'y préparer dès maintenant avec la mobilisation de l'ensemble des services de l'État.

COMMENT ÇA MARCHE ?

L'organisation de l'EURO 2016 repose sur l'État (Délégué interministériel aux grands événements sportifs - DIGES), les villes hôtes, l'EURO 2016 SAS et la Fédération Française de Football (FFF).

UN PLAN INTERMINISTÉRIEL D'ACTION POUR LE FOOTBALL « EURO 2016 »

Patrick Kanner, ministre de la Ville, de la Jeunesse et des Sports, a présenté ce jeudi 12 mars le Plan Interministériel d'Action pour le Football « EURO 2016 » (PIAF) au comité de pilotage EURO 2016. Ce plan détaille la feuille de route de l'ensemble du Gouvernement et des services de l'État pour réussir l'EURO 2016 et maximiser son héritage.

L'État s'est fixé quatre priorités :

- **assurer une très haute qualité d'organisation ;**
- **faire de l'EURO 2016 un événement populaire, pour tous et partout ;**
- **mettre l'EURO 2016 au service de la croissance et de l'attractivité de la France ;**
- **promouvoir à travers l'EURO 2016 les valeurs du sport.**

National, ce plan se déclinera au niveau local. Des groupes de travail placés auprès des préfets sont progressivement installés en région. Ils seront chargés de mettre en œuvre les actions définies dans le plan, enrichies par des initiatives prises au niveau local.

Comme l'a indiqué Patrick Kanner lors du Comité de pilotage, « *l'EURO 2016 doit démontrer notre savoir-faire en matière d'organisation de grands événements sportifs pour assurer la promotion et le rayonnement de notre pays. Cette compétition doit aussi être mise au service de la cohésion sociale, de la croissance et de l'excellence environnementale, et être un tremplin pour l'emploi, la culture, la santé, le développement durable et l'engagement* ».

LES QUATRE PRIORITÉS

1. ASSURER UNE TRÈS HAUTE QUALITÉ D'ORGANISATION

L'EURO 2016 de football sera une vitrine du savoir-faire de la France en termes d'organisation et donc une condition de son rayonnement et de son attractivité. La France doit, notamment, être à la hauteur de sa réputation dans les domaines de la mobilité, de la sécurité, de l'écogestion et de l'information du public.

Mobilité : un plan national de mobilité dont l'édition est prévue au premier semestre 2015, a été élaboré en parfaite collaboration avec l'organisateur, le ministère des transports et celui de l'intérieur et les principaux opérateurs (SNCF). Il s'agit de prévoir le déplacement de quelques millions de supporters dont un million d'étrangers dans la meilleure fluidité jusqu'au stade. Ce schéma national est complété par les plans territoriaux de mobilité établis dans chaque site hôte en lien avec les collectivités territoriales.

Sécurité : une stratégie globale de sécurité a été définie par le ministère de l'Intérieur. Elle s'appuie sur une synergie entre les moyens de l'État et ceux des organisateurs, que ce soit dans les stades ou dans les fans zones.

Excellence environnementale : préparé dans le cadre d'un groupe de travail « environnement », réunissant les experts du ministère en charge de l'Écologie et du ministère en charge des Sports sous pilotage DIGES, **un cahier de préconisations environnementales présentera les principes éco-responsables mais aussi de « durabilité » de cette manifestation.**

Information du public : un plan de communication sera élaboré pour organiser la diffusion d'une information complète, opérationnelle, lisible aux différents types de public accueillis à l'occasion de l'EURO 2016.

2. FAIRE DE L'EURO 2016 UN ÉVÉNEMENT POPULAIRE, POUR TOUS ET PARTOUT SUR LE TERRITOIRE NATIONAL

La réussite de cette compétition passe par notre capacité à la faire partager à l'ensemble de la population, au-delà des dix sites hôtes, et en concentrant notamment notre action d'impulsion et de soutien sur les personnes les plus éloignées de la pratique sportive et sur les territoires qui n'accueillent pas directement la compétition ou des équipes. **L'EURO 2016 doit contribuer à la cohésion nationale en favorisant la participation de tous, sur l'ensemble du territoire dans un esprit festif.**

> EN FAVORISANT LA PARTICIPATION DE TOUS LES PUBLICS

Une attention toute particulière sera portée aux **personnes en situation de handicap** afin notamment de leur permettre d'accéder aux lieux (stades et fans zones) et aux temps de festivités dans de bonnes conditions. Une vigilance toute particulière sera également mise en œuvre pour qu'un nombre significatif des opportunités créées en termes d'emploi ou de bénévolat soit accessible aux personnes en situation de handicap.

D'autres publics feront aussi l'objet d'une attention particulière : personnes âgées, personnes hospitalisées, et, de manière plus globale, les publics présentant des vulnérabilités ou vivant des situations particulières.

> SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE :

- **Dans les territoires concernés par la politique de la Ville :** neuf des dix stades qui accueillent l'EURO étant situés à proximité de territoires relevant de la politique de la ville, l'intégration de ces équipements dans la vie des territoires concernés, leur accessibilité aux populations, la prise en compte de la clause sociale dans leur fonctionnement (emploi et formation notamment), requièrent toute l'attention des services de l'État. Les actions s'appuieront sur les partenariats existants avec les associations œuvrant dans le champ concerné. Mise en place de stage de remobilisation à l'intention des personnes démunies pour favoriser leur resocialisation en prenant appui sur la pratique sportive.
- **Mais aussi dans les territoires ruraux**, notamment en facilitant les déplacements (transports et hébergements) afin que les habitants qui le souhaitent, en particulier les publics jeunes, puissent accéder aux villes hôtes.
- **En métropole comme dans les Outre-Mers.**

> PAR L'ACTION CULTURELLE ET L'ANIMATION FESTIVE :

L'objectif est aussi de faire de l'EURO 2016 de football une fête populaire. Il s'agit de développer des actions culturelles pour permettre l'appropriation de l'événement par les publics les plus diversifiés, avec **un objectif d'éducation populaire**. Expositions, parcours culturels, création d'un « pass-culture » pour les amateurs de sports venus de tous les pays. **L'hypothèse d'un grand concert final** avec un groupe français populaire ou bien orchestré par l'un de nos grands DJ connus dans le monde entier est à l'étude et le mécénat sollicité.

3. SERVIR LA CROISSANCE ET L'ATTRACTIVITÉ DE LA FRANCE

L'impact économique de l'EURO 2016 sera majeur (voir en page 8 les chiffres clés). **La responsabilité de l'État est de faire en sorte que cet événement bénéficie aux entreprises françaises, qu'il développe l'emploi en France et qu'il favorise les investissements étrangers sur notre territoire.** L'EURO 2016 constituera une vitrine exceptionnelle pour promouvoir l'innovation et les savoir-faire, notamment nationaux, dans de très nombreux secteurs (services grand public, transport, environnement, bâtiment, sport, numérique, tourisme, sécurité, etc.).

SUR LE TERRAIN

Parmi les activités proposées : visionnement de matches, animations, échanges autour de matches permettant de lutter contre l'isolement des personnes âgées et de développer le lien intergénérationnel avec le concours des jeunes en Service Civique...

SUR LE TERRAIN

Mobilisation du Fonds d'Échanges à but Éducatif, Culturel et Sportif (FEBECS) pour faciliter les déplacements ultra-marins en Métropole.

> L'emploi constituant une priorité du gouvernement, il convient de mobiliser les moyens existants et les partenariats potentiels pour utiliser de manière optimale toutes les opportunités créées par l'EURO. Il s'agira notamment :

- d'identifier en amont les différents besoins en emplois et en qualifications liés à l'événement, les besoins en formations associés au regard de la situation du bassin d'emploi local et les modalités de mise en œuvre des clauses sociales ;
- d'organiser la bonne diffusion des offres d'emploi et la mise en relation entre employeurs et candidats ;
- de favoriser l'embauche de jeunes demandeurs d'emploi et de personnes éloignées du marché du travail par des actions de préparation à la candidature (formation, accompagnement...) et de sensibilisation des employeurs. Les formations qualifiantes seront à privilégier afin de favoriser l'insertion durable dans l'emploi ;
- de s'appuyer sur la popularité de l'événement pour promouvoir des métiers ou des secteurs en tension, les formations en alternance ainsi que les métiers du sport en général ;
- de donner à des programmes existants ou en projet (Prix de l'entrepreneuriat sportif porté par le ministère en charge de la Jeunesse et des Sports) une ampleur et une visibilité clairement liées à l'EURO.

Il convient aussi d'associer au maximum les entreprises de l'Économie sociale et solidaire, dont les secteurs d'activités couvrent des champs aussi divers que la restauration, la construction ou encore la mobilité durable.

> L'EURO 2016 doit porter le potentiel des technologies françaises par un recours accru au numérique.

> Il doit être l'occasion de renforcer le tourisme pour accroître le rayonnement de la France.

SUR LE TERRAIN

« Qualifions nos quartiers » : utilisation des stades pour développer en amont de l'EURO les initiatives prises pour mettre en relation les demandeurs d'emploi et les entreprises du bassin d'emploi.

SUR LE TERRAIN

Mobilisation des services de l'État et de ses opérateurs pour la promotion de l'événement, développement des formations à l'accueil (langues étrangères), mobilisation du réseau diplomatique...

4. PROMOUVOIR LES VALEURS DU SPORT

Il s'agit à l'occasion de l'EURO 2016 de mettre en exergue **le caractère éducatif de la pratique du sport, les valeurs de solidarité et de lutte contre les discriminations.**

À ce titre, la jeunesse sera particulièrement associée, notamment grâce aux missions du Service Civique.

- L'éducation par le sport : Le ministère de la Ville, de la Jeunesse et des Sports et celui de l'Éducation nationale, la Fédération Française de Football ainsi que l'USEP et l'UNSS ont conclu, le 3 mai 2014, une convention visant à encourager la pratique du football à l'école. Au-delà, des actions doivent mobiliser les établissements scolaires à l'occasion de l'EURO 2016, notamment un championnat européen de football scolaire, et des projets sportifs et culturels (« Mon EURO 2016 »).
- La santé par le sport : mise en place d'actions de communication destinée à sensibiliser les publics cibles à la pratique de l'activité sportive en lien avec l'INPES et la MILDECA.
- L'engagement de la jeunesse : dans l'organisation et le déroulement de l'événement, dans des projets comportant une dimension citoyenne, via des actions de mobilité des jeunes en Europe (accueil des jeunes en service volontaire européen).
- La lutte contre toute forme de discrimination : l'EURO 2016 pourrait être la première opération d'envergure pour amorcer en France une approche différente du supportérisme et, in fine, de l'accueil. Plusieurs actions seront proposées à ce titre, notamment l'élaboration d'un livret d'accueil des supporters-spectateurs.

UNE DÉCLINAISON OPÉRATIONNELLE

- Le PIAF, document cadre, est déjà assorti de plans d'actions par ministère. Il va être complété par une série de documents d'application achevés ou en cours de finalisation, concernant la sécurité, les fans zones, les actions d'accompagnement social, le dispositif d'évaluation... Une mise en œuvre locale sera organisée au sein des comités de pilotage mis en place par les Préfets dans les villes hôtes. Un suivi sera assuré au sein du groupe interministériel piloté par le DIGES.
- **Le ministère en charge des Sports a engagé une coopération avec l'OCDE pour mettre à disposition des villes hôtes de l'EURO, une information et une analyse détaillées sur les meilleures pratiques déployées dans le cadre de l'organisation d'un grand événement sportif ou culturel.** Cette démarche originale vise à donner les meilleures chances aux villes de l'EURO. Tout au long de l'année 2015, **l'OCDE organisera des ateliers thématiques** pour contribuer à l'élaboration des plans d'héritage de l'EURO 2016. Ces présentations porteront précisément sur les actions à engager pour **maximiser les bénéfices de l'EURO en termes de création d'emplois, d'attractivité et de développement local. Le projet débouchera sur l'élaboration d'une charte des bonnes pratiques de l'organisation d'un événement.**

L'IMPACT ÉCONOMIQUE DE L'EURO 2016

Une étude réalisée par le Centre de Droit et d'Économie du Sport (CDES) de Limoges pour le compte de l'UEFA montre le fort impact économique de l'EURO 2016 sur la croissance et l'emploi.

Ainsi, au total, selon cette enquête, EURO 2016 apportera **un surcroît d'activité économique de 1,2 milliard d'euros** :

- les **dépenses réalisées par les visiteurs dans les stades et les fans zones** sont estimées à 800 millions d'euros, dont 200 pour les fans zones ;
- les **marchés adressés aux entreprises françaises** dans le cadre de l'organisation de l'EURO 2016 sont estimés à 400 millions d'euros.

L'étude chiffre à **1,7 milliard d'euros la totalité d'investissements** qui seront réalisés dans les stades. Ce chiffre représente un tiers de la dépense annuelle consacrée aux investissements dans les équipements sportifs en France. **Le plan d'investissement des stades de l'EURO 2016 a constitué de ce fait un véritable soutien au secteur du BTP.**

En terme d'emplois, **la construction / rénovation des stades a déjà permis de mobiliser 20 000 emplois** (équivalent temps plein).

L'étude du CDES estime en outre **que 94 000 personnes devraient être « mobilisées » pendant l'événement.**

Enfin, l'enquête relève que l'EURO 2016 constituera un **formidable booster de visibilité pour les villes hôtes**, puisqu'elle anticipe **150 millions de téléspectateurs par match. Soit un total de 8,1 milliards de téléspectateurs en cumulé.**

L'EURO EN CHIFFRES

3^e événement sportif
le plus important
au monde après les Jeux
Olympiques et la Coupe
du monde de football.

15^e édition de la phase
finale du Championnat d'Europe
de football à l'issue d'une phase
qualificative réunissant 53 nations
(plus la France qualifiée d'office en tant
que pays organisateur) d'une Europe
élargie avec Israël, la Russie,
l'Albanie ou le Kazakhstan...

24 nations
qualifiées en novembre
2015 qui évolueront sur des
sites connus le 12 décembre
2015, date du tirage au sort
des poules.

31 jours de
compétition
soit du 10 juin au
10 juillet 2016.

8,1 milliards
de téléspectateurs
en cumulé et 2,5 millions
de spectateurs attendus,
avec environ 7 à 8 millions
de supporters dont
1 million d'étrangers.

51 matches sur
10 sites appréhendés par
duo : Lille-Lens, St Denis-Paris,
Lyon-St Étienne, Bordeaux-
Toulouse, Marseille-Nice.



DIGES
DÉLÉGUÉ
INTERMINISTÉRIEL
AUX GRANDS
ÉVÉNEMENTS SPORTIFS

EN SAVOIR PLUS

Contact Presse du ministère de la Ville, de la Jeunesse et des Sports

Stéphanie Tisserond : 01 49 55 32 30

Mélanie Branco : 01 49 55 34 11

presse@ville-jeunesse-sports.gouv.fr

Contact Presse du secrétariat d'État aux Sports

Anouck Paumard : 01 40 45 90 45

Soued Koussa : 01 40 45 94 47

PRESSE-CABINET@ville-jeunesse-sports.gouv.fr

Contact Diges

01 40 45 90 74

secretariat@diges.gouv.fr